

*“PENGARUH CELEBRITY ENDORSER CRISTIANO
RONALDO TERHADAP BRAND IMAGE DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
SHAMPOO CLEAR DI SURABAYA”*



OLEH:

YOHANES ADITYA W

3103012144

JURUSAN MANAJEMEN

FAKULTAS BISNIS

UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA

2016

**PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* CRISTIANO
RONALDO TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN
KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN
SHAMPOO CLEAR DI SURABAYA**

SKRIPSI

Diajukan kepada
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
Memperoleh Gelar Sarjana Manajemen
Jurusan Manajemen

OLEH:

**YOHANES ADITYA W
3103012144**

**JURUSAN MANAJEMEN
FAKULTAS BISNIS
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA
SURABAYA
2016**

HALAMAN PERSETUJUAN

SKRIPSI

PENGARUH *CELEBRITY ENDORSER* CRISTIANO RONALDO TERHADAP *BRAND IMAGE* DAN KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN SHAMPOO CLEAR DI SURABAYA

OLEH:

**Yohanes Aditya W
3103012144**

**Telah Disetujui dan Diterima untuk Diajukan
Kepada Tim Penguji**

Pembimbing I,



Hendro Susanto, SE., MM.
Tanggal:

Pembimbing II,



Dra. Ec. M. G. Temengkol, MM
Tanggal: 30/8/2016

HALAMAN PENGESAHAN

Skripsi yang ditulis oleh: **Yohanes Aditya W, NRP: 3103012144**

Telah diuji pada tanggal 16 September 2016 dan dinyatakan **Lulus** oleh Tim Penguji.

Atas Nama Ketua Tim Penguji,

Sekretaris

Dra. Ec. Arini, M.M.

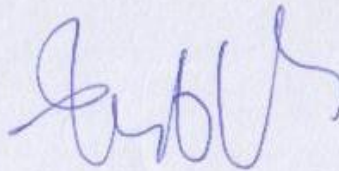
NIK. 311.03.0550

Mengetahui:

Atas Nama Dekan,

Ketua Jurusan,

Wakil Dekan:



Drs. Ec. Yulius Koesworo, MM., QWP

Elisabeth Supriharyanti, S.E., M.Si

NIK. 311.89.0152

NIK. 311.99.0369

**PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yohanes Aditya W

NRP : 3103012144

Judul Skripsi : Pengaruh *Celebrity Endorser* Terhadap *Brand Image* dan Keputusan Pembelian Konsumen Shampoo Clear di Surabaya

Menyatakan bahwa tugas akhir skripsi ini adalah ASLI karya tulis saya. Apabila terbukti karya ini merupakan *plagiarism*, saya bersedia menerima sanksi yang akan diberikan oleh Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. Saya menyetujui pula bahwa karya tulis ini dipublikasikan/ditampilkan di internet atau media lain (*digital library* Perpustakaan Unika Widya Mandala Surabaya) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan undang-undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan keaslian dan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 22 September 2016

Yang Menyatakan,



(Yohanes Aditya W)

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan ke hadirat Tuhan Yang Maha Esa atas segala kelimpahan dan karunia-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik dan tepat waktu. Penulisan tugas akhir berjudul “Pengaruh *Celebrity Endorser* Cristiano Ronaldo Terhadap *Brand Image* dan Keputusan Pembelian Konsumen Shampoo Clear di Surabaya”. Maksud dan tujuan penyusunan tugas akhir ini adalah untuk memenuhi persyaratan penyelesaian Program Pendidikan S1 Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dalam penyusunan tugas akhir ini telah banyak pihak yang membantu penulis, baik secara langsung atau tidak langsung. Oleh karena itu dalam kesempatan ini penulis ingin menyampaikan terima kasih sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Lodovicus Lasdi,MM.,AK.,CA., selaku Dekan Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
2. Elisabeth Supriharyanti, SE., M.Si.,selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Bisnis Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.
3. Hendro Susanto ,SE.,MM. selaku dosen pembimbing 1 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir.
4. Dra.Ec.M.G. Temengkol,MM. selaku dosen pembimbing 2 yang telah membantu memberikan masukan, membimbing dan mengarahkan penulis sejak masa awal pembuatan tugas akhir hingga terselesaikan penulisan tugas akhir.

5. Orang tua, dan saudara yang telah mendukung penulis, baik dalam doa, material, dan sebagainya untuk menyelesaikan skripsi ini.
6. Victor Chandra, Indra Setiawan, Vilda Desnata, Cleopatra Sunjoyo, Jefferson Ghandakusuma, Andy Suryadi, Kelvin Kristianto, Jerri Soares, Apriyanto Banunaek, Rico Septian, Deny Andyka Putra, Mossa Juwana, Ivan Kurniawan, Aron Guntoro, Harry Gunawan yang telah membantu dan memberikan motivasi dari awal sampai akhir perkuliahan
7. Semua pihak yang tidak bisa saya sebutkan satu-persatu, terima kasih atas bantuannya.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini masih jauh dari sempurna, mengingat keterbatasan pikiran, waktu, tenaga dan kemampuan lainnya yang ada pada diri penulis. Oleh sebab itu, tidak menutup kemungkinan penulis menerima kritik maupun saran dari semua pihak. Namun demikian, dengan segala kerendahan hati penulis berharap semoga tugas akhir ini bermanfaat dan berguna bagi pihak yang memerlukannya.

Surabaya, Agustus 2016

Yohanes Aditya W

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH dan PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH	iv
KATA PENGANTAR	v
DAFTAR ISI	vii
DAFTAR TABEL	x
DAFTAR GAMBAR	xi
DAFTAR LAMPIRAN	xii
ABSTRAK	xiii
ABSTRACT	xiv
BAB 1. PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Tujuan Penelitian	7
1.4. Manfaat Penelitian	7
1.5. Sistematika Penulisan	8
BAB 2. TINJAUAN KEPUSTAKAAN	9
2.1. Penelitian Terdahulu	9
2.2. Landasan Teori	11
2.2.1. Iklan	11
2.2.2. <i>Celebrity Endorser</i>	12
2.2.3. <i>Brand Image</i>	14
2.2.4. Keputusan Pembelian	16

2.3. Hubungan Antar Variabel	20
2.3.1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap <i>Brand Image</i>	20
2.3.2. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	21
2.3.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> terhadap Keputusan Pembelian.....	22
2.4. Model Penelitian	23
2.5. Hipotesis Penelitian	23
BAB 3. METODE PENELITIAN	25
3.1. Desain Penelitian	25
3.2. Identifikasi Variabel	25
3.3. Definisi Operasional	25
3.4. Jenis dan Sumber Data	27
3.5. Pengukuran Variabel	28
3.6. Alat dan Metode Pengumpulan Data	28
3.7. Populasi, Sampel, dan Teknik Pengambilan Sampel ..	29
3.8. Teknik Analisis Data	30
BAB 4. ANALISIS DAN PEMBAHASAN	33
4.1. Karakteristik Responden	33
4.2. Statistik Deskriptif Variabel Penelitian	35
4.3. Analisis Data.....	39
4.3.1. Uji Normalitas.....	39
4.3.2. Uji Validitas.....	41
4.3.3. Uji Reabilitas.....	42
4.3.4. Uji Kecocokan Model.....	45
4.3.5. Persamaan Struktural.....	46
4.4. Pengujian Hipotesis Penelitian.....	47

4.5. Pembahasan.....	48
4.5.1. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap <i>Brand Image</i>	48
4.5.2. Pengaruh <i>Celebrity Endorser</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
4.5.3. Pengaruh <i>Brand Image</i> Terhadap Keputusan Pembelian.....	49
BAB 5. SIMPULAN DAN SARAN	51
5.1. Simpulan	51
5.2. Saran	51
5.2.1. Keterbatasan Penelitian.....	51
5.2.2. Saran bagi Manajemen Shampoo Clear Di Surabaya.....	51
5.2.3. Saran bagi Peneliti Selanjutnya.....	52

DAFTAR KEPUSTAKAAN

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 1.1 10 Merek shampoo terkenal	5
Tabel 2.1 Perbandingan Penelitian Terdahulu Dengan Saat Ini	10
Tabel 4.1 Usia	33
Tabel 4.2 Jenis Kelamin	34
Tabel 4.3 Pekerjaan Saat Ini	34
Tabel 4.4 Penilaian Rata-Rata Setiap Variabel	35
Tabel 4.5 Statistik Deskriptif Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	35
Tabel 4.6 Statistik Deskriptif Variabel <i>Brand Image</i>	37
Tabel 4.7 Statistik Deskriptif Variabel Keputusan Pembelian.....	38
Tabel 4.8 Pengujian Normalitas Univariat	39
Tabel 4.9 Pengujian Normalitas Multivariat	40
Tabel 4.10 Hasil Uji Validitas Indikator Penelitian	41
Tabel 4.11 Uji Reliabilitas Variabel <i>Celebrity Endorser</i>	42
Tabel 4.12 Uji Reliabilitas Variabel <i>Brand Image</i>	43
Tabel 4.13 Uji Reliabilitas Variabel Keputusan pembelian	44
Tabel 4.14 Pengujian Model Penelitian	45
Tabel 4.15 Pengujian Hipotesis Penelitian	47

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Model Penelitian	23

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Kuisisioner
Lampiran 2	Karakteristik Responden
Lampiran 3	Data isian Responden
Lampiran 4	Uji Normalitas
Lampiran 5	Hasil SEM

Pengaruh *Celebrity Endorser* Cristiano Ronaldo Terhadap *Brand Image* Dan Keputusan Pembelian Konsumen Shampoo Clear Di Surabaya

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh *Celebrity Endorser* Cristiano Ronaldo terhadap *Brand Image* dan Keputusan Pembelian konsumen Shampoo Clear di Surabaya, Pengaruh *Brand Image* terhadap Keputusan Pembelian Shampoo Clear di Surabaya. Teknik analisis data yang digunakan adalah SEM (*Structural Equation Modelling*) dengan program LISREL. Sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 135 responden. Karakteristik sampel dalam penelitian ini, yaitu, dalam 1 tahun terakhir pernah membeli dan menggunakan shampoo Clear, pernah melihat iklan shampoo Clear dengan bintang iklan Cristiano Ronaldo di televisi minimal 5 kali, yang berusia minimal 18 tahun, dan berdomisili di Surabaya,

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan dan positif terhadap *Brand Image*, *Celebrity Endorser* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian, dan *Brand Image* berpengaruh signifikan dan positif terhadap Keputusan Pembelian konsumen shampoo Clear di Surabaya. Hasil ini diperkuat dengan hasil uji validitas, reliabilitas, dan pengujian kecocokan model pada masing-masing indikator pada setiap variabel.

Kata kunci: *Celebrity Endorser*, *Brand Image*, Keputusan Pembelian

The Effect of Celebrity Endorser Cristiano Ronaldo To Brand Image and Purchase Decision Consumer Of Shampoo Clear In Surabaya

ABSTRACT

This study wanted to find out and explain the influence of Celebrity Endorser on Brand Image and Consumer Purchase Decision Shampoo Clear in Surabaya, The influence of Brand Image on Consumer Purchase Decision Shampoo Clear in Surabaya. Data analysis technique used is SEM (Structural Equation Modelling) and using LISREL program. This study took a sample 135 respondents, in the last 1 year ever buy and use shampoo Clear, have seen ads shampoo Clear with Cristiano Ronaldo in television at least 5 times, aged at least 18 years, and is domiciled in Surabaya,

These results indicate that the Celebrity Endorser significant and positive impact on the Brand Image, Celebrity Endorser significant and positive impact on the purchase decision, and Brand Image significant and positive impact on consumer buying decision shampoo Clear in Surabaya. These results were confirmed by the results of test validity, reliability, and compatibility testing of models in each of the indicators in each variable..

Keywords: *Celebrity Endorser, Brand Image, Purchasing Decisions*